



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

## YHDESSÄ OLEMME ENEMMÄN!

Tsemppi-hyvinvointimessut nyt ja tulevaisuudessa

*Henrietta Ikonen*

Kulttuurituottaja (AMK) 240 op  
Arvioitavaksi jättämisaika 11 / 2014

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Koulutusohjelman nimi

### TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Henrietta Ikonen	Sivumäärä 41
Työn nimi Yhdessä olemme enemmän - Tsemppi-hyvinvointimessut nyt ja tulevaisuudessa	
Ohjaava opettaja Arto Lindholm	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Helsingin kaupunki, Titi Heikkilä	
<p>Tämä työ käsittelee isojen pääkaupunkiseudun kuntien ja HUS-kuntayhtymän yhteishankkeen, Tsemppi-hyvinvointimessujen ensimmäistä tuotantoa ja siinä havaittuja kehittämistarpeita. Messut oli henkilöstön hyvinvointiin tähtäävä eri lajikokeilu ja luentoja yhdistelevä päivän mittainen tapahtuma, johon voi osallistua työajalla tyhypsäpäivän merkeissä tai omalla ajalla.</p> <p>Teoreettisessa osassa tarkastellaan tuottajan roolia tapahtumassa ja sisältöjen merkitystä hyvinvointitapahtumassa. Tietoperustana on käytetty kulttuurituotannon ja tapahtumatuotannon kirjallisuutta ja hyvinvointiosuudessa HUS:n ja Helsingin kaupungin hyvinvointityön dokumentteja.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteet olivat mahdollisimman paljon työhyvinvointia edistävän tapahtuman järjestäminen, kehitysehdotusten löytäminen ensimmäisen vuoden tapahtumasta sekä kustannustehokkaan mallin löytäminen tuottaa tapahtuma uudelleen, vuonna 2016. Kehitysmenetelmänä käytettiin tuottajan osallistuvaa havainnointia, yhteisöllistä ideointipalaveria järjestäjäporukalle sekä tapahtuman yleisölle tehtyä palautekyselyä.</p> <p>Uuden tapahtuman ja tapahtumakonseptin kohdalla kehittämistyöllä voitiin maksimoida tapahtuman onnistuminen, koska kehitystyötä tapahtui koko yhdeksänkuisen tuotantovaiheen ajan ja osaa kehitysehdotuksista voitiin kokeilla tai soveltaa jo ensimmäisen vuoden tapahtumassa. Lisäksi jatkuvalla arvioinnilla voitiin hioa uutta tapahtumakonseptia ja sen sisältöjä jatkossa vielä paremman tapahtuman toteuttamiseksi.</p> <p>Itse tapahtuma oli suosittu ja onnistui hyvin, tuotantoprosessista saatiin kattavasti tietoa tulevaisuuden suunnittelua varten ja itse järjestäjäryhmä oli motivoitunut toteuttamaan vastaavan tapahtuman uudelleen. Tapahtuman toistamiseen löydettiin myös järkevä sykli (kaksi vuotta) sisältöjen freesaamisen ja motivaation säilyttämisen kannalta. Seuraava tuotanto on päätetty ajoitettavaksi 2016.</p>	
Asiasanat hyvinvointi, työhyvinvointi, tapahtumatuotanto	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**Name of the Degree Programme**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Henrietta Ikonen	<b>Number of Pages</b> 41
<b>Title</b> TOGETHER WE ARE MORE! Tsemppi Welfare Event now and in the future	
<b>Supervisor</b> Arto Lindholm	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> Titi Heikkilä, Helsinki City	
<p><b>My thesis concerns the Tsemppi Welfare Event, which was organized by Capitol region cities (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen) and HUS (The Hospital District of Helsinki and Uusimaa) and held in Töölö Sporthall, Helsinki. Each of these five large organizations offered this one-day event to their employees. The event combined lectures, opportunities to try various sports and health information, aimed at maximizing wellbeing at work. The event was free of charge and on Workplace Health Promotion day participants were at liberty to attend during regular business hours.</b></p> <p><b>The aim of the thesis was to organize an event that ultimately enhances employee health, i.e. largely by refining development proposals from the 2014 event and creating a cost-effective model for a 2016 follow-up event. Development methods included participant observation, collective ideation for the organizing team and a feedback questionnaire for the audience. The theoretical framework was gathered from cultural and event production literature and wellbeing at work documents from Helsinki City and HUS organizations.</b></p> <p><b>Our nine month gestation period served the nascent event excellently, in that we were able to test the limits of ideas. Moreover our curative self-evaluation made inevitable that production plans for future events would grow exponentially.</b></p> <p><b>The Tsemppi event was successful and drew a tremendous bevy of persons. The organizing team was galvanized to seek a repeat performance, and sufficient information was gathered to plan our next Tsemppi event. A reasonable two-year cycle was determined to keep the organizational process interesting and refreshing, not to mention salutary. Our next event takes place in 2016.</b></p>	
<b>Keywords</b> welfare, wellbeing at work, event management	

## **SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
1.1 Lähtötilanne	8
1.2 Tavoitteet	9
<b>2 MIKÄ IHMEEN TSEMPPI?</b>	<b>10</b>
2.1 Usean järjestäjän tapahtuma	10
2.2 Sisällöt	12
<b>3 MITÄ TEHTIIN JA MIKSI</b>	<b>15</b>
3.1 Tapahtuman brändäys ja markkinointi käyntiin	15
3.2 Sisällöt selviksi	16
3.3 Ilmoittautuminen, nettisivut ja kesän toimenpiteet	17
3.4 Loppurutistus	18
<b>4 TAPAHTUMAN KEHITTÄMISESSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT</b>	<b>20</b>
<b>5 HAVAITUT KEHITTÄMISTARPEET</b>	<b>22</b>
5.1 Yhteisöllisen ideoinnin tuloksia	22
5.2 Palautekyselyn tuloksia	26
5.3 Osallistuvan havainnoinnin tuloksia	31
5.3.1 Viestintä	31
5.3.2 Markkinointikanavat	32
5.3.3 Sisällöt	33
5.3.4 Yhteistyökumppanit	33
5.3.5 Kahvion, narikan ja järjestyksenvalvonnan toiminta	34
<b>6 MALLINTAMINEN</b>	<b>35</b>
6.1 Eväitä 2016 Tsemppiin	36
6.2 Tuotantosuunnitelma Tsemppi 2016	38
6.3 Kustannusarvio, Tsemppi 2016	40
<b>7 LOPUKSI</b>	<b>41</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>42</b>

## 1 JOHDANTO

Pääkaupunkiseudun kunnat ja HUS-kuntayhtymä järjestivät verkostoyhteistyönä henkilöstölle tarkoitetun työhyvinvointitapahtuman, Tsemppi-hyvinvointimessut 8.10.2014. Minut pyydettiin mukaan tuottamaan tapahtumaa opiskelijayhteistyön merkeissä ja toimin tapahtuman tuottajana helmikuusta lokakuuhun 2014.

Suuren tapahtuman organisoinnissa ulkopuolinen henkilö oli tarpeen, eihän hankkeella ollut ketään yksittäistä henkilöä vetovastuussa, vaikkakin hyvin aktiivinen ja motivoitunut ryhmä. Opiskelijayhteistyöllä haettiin tuotantoavun lisäksi kulttuuroituottajan näkemystä ja osaamista tapahtumatuotannon osalta. Tuottajana tehtäväni oli toimia linkkinä organisaatioiden välillä, valmistella kuukausittaiset suunnittelukokoukset, toteuttaa tuotantoprosessiin liittyvät käytännön työt sekä suunnitella ja havainnoida samalla tuotantoprosessia siltä osin, miten sitä olisi järkevä kehittää.

Tapahtumaorganisaation toiminta on perusedellytys onnistuneelle tapahtumalle, sillä se mahdollistaa tuotannon eri osa-alueiden toteutuksen, eikä sitä ilman olisi koko tapahtumaa. Tapahtumaorganisaatiossa oleva osaaminen vaikuttaa paljon tapahtuman lopputulokseen. Vaikka tapahtuman ei tarvitse varsinaisesti henkilöityä kehenkään, on tärkeää että tapahtumalla on olemassa vastuullinen järjestäjä. (Iso-Aho, Kinnunen 2011)

Projektitiimi koostui Helsingin, Espoon, Vantaan ja HUS:n henkilöstö- ja liikuntapuolen ammattitaitoisista osaajista, johon myöhemmin liittyi myös Kauniainen, sekä heidän taustajoukoistaan organisaatioissa, mm. viestintä. Näin isolla tapahtumalla on kuitenkin oltava yksi henkilö, joka pystyy keskittämään työpanoksensa vain itse tapahtuman tuottamiseen. Vaikka työryhmässä jokaisella olikin hankkeessa oma vastuunsa, olisi ollut aika työlästä seurata kaiken etenemistä aikataulussa, jos tuotannolla ei olisi ollut yhtä yhteenkokoavaa henkilöä, joka huolehtii kaikkien vastuuhenkilöiden tehtävien toteutumisesta.

Tiimityöskentelyn, ja meidän tapauksessamme useiden organisaatioiden edustuksesta koostuvan tiimin toiminnan, edellytys on yhteinen päämäärä ja tavoitteet. Jos tiimi ei ole keskittynyt kollektiiviseen suoritukseen ja motivaatio puuttuu, ei lopputulokseltakaan voi odottaa onnistumista. (Kärkkäinen 2005, 121-

127) Tsempin työryhmä oli ihanteellinen tuottajan kannalta, koska päämäärä oli selvä ja yhdessä työskentely tahtotila. Olisi ollut mahdoton toteuttaa tämänsuuruinen tuotanto, mikäli järjestäjäryhmällä ei olisi ollut yhtä hyvää vuorovaikutusta ja halua päästä tavoitteeseen. Tapaamiset ja Tsemppiin käytetty aika täytyi sovittaa jokaisen oman työajan ja työtehtävien lomaan.

Tapahtumatoimiston käyttäminen suurien tapahtumien toteuttamisessa on suotavaa, jos halutaan antaa tapahtumasta ammattimainen kuva. Suunnittelu, toteuttaminen ja markkinointi vie paljon aikaa, eikä sitä suositella kenenkään tehtäväksi oman toimen ohella. Tapahtumatoimistoja voidaan kilpailuttaa ja pyytää tarjouksia tapahtuman toteuttamiseksi. (Vallo, Häyrinen 2014). Samaisella perusteella itse näen tapahtumatoimiston tai tuotantoyrityksen tuottamisen elinehtona Tsempin kokoisen tapahtuman onnistumiselle. Tsempin tuottajana aloitin opiskelijana ja harjoittelun ja opintojen puitteisiin menevän osuuden jälkeen perustin toiminimen, tuotantoyrityksen, jonka kautta laskutin kesäkuusta marraskuulle tekemäni työn. Näin ensimmäinen Tsemppikin tehtiin osittain tuotantoyrityksen resurssilla.

Sukelsin tuotantotiimiin ja käytännön työhön mielestäni mutkattomasti. Työnsarjaa oli alusta asti runsain mitoin. Opinnäytteen aihe ja rajausta sen sijaan ei sujunut niin mutkattomasti. Ensinnäkin minun oli vaikea ymmärtää toiminnallisen opinnäytteen käytännön keskeisyyttä. Oikeastaan en vain osannut sisäistää tutkimusajattelua, joka perustuisi käytännön työhön akateemisen tutkimuksen sijaan. Myös toimintatutkimus olisi voinut olla mahdollinen, jos olisin hyvissä ajoin voinut suunnitella ja päättää opinnäytteen luonteen olevan sellainen. Suunnitelmallisuus ei kuitenkaan ollut mahdollista ihan lähtövaiheessa, koska koko kehitettävä tapahtuma on niin tuore, että sen tekijöillekään ei ollut täysin selvää minkälainen ja miten tuotettu tapahtuma lopputulemana syntyy.

Aiheen ja siihen sopivien tutkimusmenetelmien kirkastuminen vei kuukausia. Ollessani syvällä uuden tapahtuman tekemisessä, joka samalla hakee vielä muotoaan, en nähnyt metsää puilta ja oivaltanut, että koko kehittämistyö on koko ajan läsnä. Ei päälleliimattuna tai ulkopuolelta etsittynä, vaan siinä käsissäni, ympärilläni, koko ajan edeten ja muuttuen sitä mukaa kun tapahtuman toteuttaminen eteni. Onneksi kirjasin jatkuvasti ylös havaintojani ja ajatuksiani tuotan-

non kulusta, vaiheista ja kompastuskivistä. Myöhemmin kevään vaihtuessa jo kesään, kun sain rajattua aiheen, tavoitteet sekä kirkastettua itse menetelmät, tuntuikin hyvin luontevalta, että juuri yhteisöllinen ideointi, palautekysely ja omat havainnot olivat ne välineet, joilla kehittämiseen tartuttiin. Kaikki perustuvat käytäntöön, kokemuksiin ja niistä kumpuaviin ajatuksiin. Ja enne kaikkea ihmisiin, jotka tapahtuman tekivät, yleisö mukaan lukien.

Opinnäytetyöni, kuten itse tapahtumakin, on syntynyt matkalla kehittyen. Teoreettisesta viitekehyksestä oli vaikea saada kiinni, koska opinnäytteen aihe ja tavoite muokkaantuivat pitkän matkaa. Täysin muuttumattomat teemat kautta prosessin ovat olleet kuitenkin *Miksi tarvitaan tällainen hyvinvointitapahtuma?* ja *(kulttuuri)tuottajan rooli tapahtumatuotannossa*.

Tuottajan rooli tapahtumatuotannossa kuulostaa hieman valjulta teemalta, mutta jos otetaan tarkasteluun tapahtuma, jolla ilman opiskelijayhteistyötä olisi ollut lainkaan tuottajanimikkeellistä toimijaa, päästään aiemmin esitettyyn väittämään tapahtumatoimiston tai muun tuotantoyrityksen välttämättömyydestä ison tapahtuman tuotannossa. Lisäksi kyseessä oli tapahtuma, jossa ei ollut lähtötilanteessa kulttuurista ulottuvuutta lainkaan. Kulttuurituottaja voi toki tuottaa millaisen tapahtuman tahansa, kulttuurilla tai ilman, mutta kun kyseessä on hyvinvointitapahtuma, on ainakin minulle kulttuurialan ammattilaisena mahdotonta lukea kulttuuri hyvinvointiin kuulumattomana osana. Nojauduin uuden tapahtuman kehitystyössä paljolti Humakin julkaisemaan Tapahtumatuotannon palapeleihin, koska sen soveltaminen myös ei-kulttuuriseen tapahtumaan oli vaivatonta.

Oli todella vaikea löytää kirjallisuutta tai tutkimuksia, joka käsittelisi juuri tämän tyyppistä tapahtumaa. Työelämän tapahtumiin liittyvä kirjallisuus näytti liittyvän yleensä yrityksen markkinointiin ja sidosryhmille tai asiakkaille tehtyihin tapahtumiin. Teemana voi olla hyvinvointi, mutta tarkoitusperä on monesti kaupallisempi kuin vain ”yleinen henkilöstön hyvinvoinnin lisääminen”. Työhyvinvointimessujen tarkasteluun ei myöskään sopinut pelkästään messuista tai messujen järjestämisestä kertova kirjallisuus, sillä niidenkin ajatusmaailma on liian kaupallinen eikä tarkoitus ole puhtaasti vain yleisen hyvinvoinnin lisääminen. Kulttuuritapahtumien tuottamiseen liittyvää kirjallisuutta pystyin hyödyntämään eniten. Työhyvinvointiin liittyvissä tutkimuksista löysin lähinnä yksittäisen työympäristön

tyhytoiminnasta tai yksiteemaisen tapahtuman räätälöinnistä tyhykäyttöön liittyviä julkaisuja. Organisaatioiden tarjoamasta tyhytoiminnasta sen sijaan sai tietoa yleisesti ja kattavasti.

Oma suureellinen tavoitteeni oli alkuun tehdä todella kattava ja monisivuinen opas tämänkaltaisen tapahtuman tuottamisesta. Itse tapahtuman järjestäminen vei kuitenkin niin paljon aikaani, että opas typistyi kappaleeseen tapahtuman mallintamisesta seuraavaa kertaa varten. Myös rajauksen kannalta oli mahdoton toteuttaa samanaikaisesti isoa tapahtumaa ja kirjoittaa ison tapahtuman tuottamisesta yksityiskohtaista käsikirjaa. Toivon, että jatkossa joku tarttuu tähän hankkeeseen puhtaasti tutkimuksellisella otteella. Perusteellista tutkimusta ja dokumentointia varten olisi välttämätöntä, että tuottajan ja tutkijan roolit olisi erotettu toisistaan.

## 1.1 Lähtötilanne

Pääkaupunkiseudun kunnat ja HUS-kuntayhtymä tekevät jatkuvasti työtä henkilöstönsä hyvinvointia edistääkseen. Työhyvinvointi koostuu turvallisten ja motivoivien työolosuhteiden lisäksi yhteisestä arjesta, jossa jokaisella on vastuu niin omasta kuin työyhteisönkin hyvinvoinnista. Työhyvinvoinnin tukemisessa kannustetaan työntekijöitä itseään ottamaan vastuu hyvinvoinnistaan ja tarjoamalla siihen tietoutta sekä virkistys- ja harrastustoimintaa. Hyvinvoinnin lisäämiseen vaikuttavat riittävä uni, liikunta, terveelliset ruokailutottumukset ja mielenhyvinvointi. (HUS, Työhyvinvointiohjelma 2014-2017).

Keskustelin Helsingin kaupungin liikunnansuunnittelijan kanssa tarkemmin Helsingin Liikuntaviraston tarjoamasta tyhytoiminnasta. Tyhypäiviin tarjotaan sekä suunnitteluapua, että käytännön toteutusta, liikunnallisen osuuden vetämistä esimerkiksi ohjattuina jumppina. Tyhypäivät tulivat maksullisiksi vuonna 2009. Tyhypäivien määrät ovat olleet vuosina 2008-2011 17 ja 22 välillä, jonka jälkeen ne ovat vähentyneet ja vuonna 2013 tyhypäiviä järjestettiin vain 5 kertaa. Tyhypäiviltä resursseja vievät myös muut hankkeet, joita Liikuntavirasto tekee työhyvinvoinnin edistämiseen. (Rautiainen, 2014)



Tsemppi-hyvinvointimessun kaltaisella tapahtumalla pystyttiin tarjoamaan tyhypäivä todella suurelle joukolla yhtä aikaa ja maksutta. Helsingin osallistujamäärä oli lähes kaksi tuhatta yksilöt ja ryhmät mukaan lukien. Tähän mahtuu aika monta tyhyporukkaa. Lisäksi tyhypäiviä ei tarvitse järjestää pitkin vuotta, vaan niihin osallistumien on keskitetty yhteen päivään.

Työturvallisuuskeskus määrittelee tyhy-toiminnan olevan kokonaisvaltaista työhyvinvointiin tähtäävää toimintaa, kun taas vanhempi käsite, tyky-toiminta viittaa työkyvyn ylläpitämiseen tähtäävään toimintaan. Molemmat käsitteet tarkoittavat toimenpiteitä, joilla kehitetään henkilöstön työkykyä, terveyttä, osaamista ja hyvinvointia, tavoitteinaan laadun ja tuottavuuden parantaminen (Rauramo, 2014). Itse näen merkittävänä juuri tyky-käsitteen muuttamisen tyhyksi, koska se kertoo itsessään hyvinvoinnin avainasemasta työkyvyn parantamiseen.

Aikaisemmin Helsinki, Vantaa ja HUS ovat järjestäneet liikuntapainotteisen Täysi Kymppi -tapahtuman, jonka toteutuksessa ei ollut henkilöstöhallinto mukana, ainoastaan henkilöstöliikunta. Esimiehille tarkoitettussa luentopainotteisessa Hyvinvointiseminaarissa taas ei ollut liikuntapuolen järjestäjiä mukana. Nämä kaksi tapahtumaa haluttiin yhdistää yhdeksi hyvinvointimessuksi, jotta sisällöistä saataisiin monipuolisempi ja maksimoitua tapahtumasta hyötyvä yleisö. Molempien tapahtumien järjestäjät yhdistivät voimansa ja mukaan lähtivät myös Espoo ja Kauniainen. Yhdistämällä myös jokaisen organisaation resurssit ja verkostot, oli mahdollista tarjota suurempi ja monipuolisempi työhyvinvointitapahtuma kuin yksikään kunta yksinään olisi voinut toteuttaa.

## 1.2 Tavoitteet

Opinnäytetyöni on pääasiallisesti toiminnallinen tutkimus, mutta tutkimuksellisiakin aineksia on mukana kyselytutkimuksen ja yhteisöllisen ideointimenetelmän muodossa. Tavoitteet voidaan jakaa kolmeen ja ne edustavat käytännön toteutusta, kehitysehdotuksia sekä konkreettista suunnitelmaa tulevaisuutta ajatellen.

1. Mahdollisimman paljon työhyvinvointia edistävän tapahtuman järjestäminen
2. Kehitysehdotusten löytäminen vuoden 2014 tapahtumasta
3. Kustannustehokkaan mallin löytäminen tuottaa Tsemppi-hyvinvointimessut seuraavan kerran 2016

Teoreettisessa osiossa perehdytään itse tuotantoprosessiin uuden tapahtuman ja hyvinvoinnin merkityksen näkökulmista. Käytännön työssä usean järjestäjätahon yhteistoiminta ja sen asettamat rajat ja mahdollisuudet luovat ne raamit joilla toimintaa suunnitellaan tulevaisuuteen. Uuden tapahtuman kohdalla markkinointi on keskeinen kehittämisen kohde ja tuotannon organisoimisessa tuottajan rooli tapahtuman veturina.

Käytännön työn toteutuksessa ja kehityspisteiden löytämisessä osallistuva havainnointi on ollut keskeisimmässä asemassa. Sekä kehityspisteiden analysoinnissa, että tulevien tapahtumien suunnittelussa havainnoinnin lisäksi menelmiä ovat olleet järjestäjäporukalle pidetyn yhteisöllisen ideointipalaverin sekä messuille osallistujien palautekyselyn tulokset. Näihin palaan tarkemmin kehittämismenetelmien kappaleessa.

## 2 MIKÄ IHMEEN TSEMPPI?

Tsemppi-hyvinvointimessut järjestettiin 8.10.2014 ensimmäistä kertaa. Idea tapahtumaan lähti organisaatioiden sisältä, tarpeesta kehittää työhyvinvointia edistävää tarjontaa sekä kuntayhteistyötä yhteisen hankkeen merkeissä.

### 2.1 Usean järjestäjän tapahtuma

Tapahtumaa oli suunnittelemassa ja toteuttamassa 13 hengen työryhmä, joka koostui organisaatioiden henkilöstöhallinnon hyvinvointi- ja kehityspäälliköistä sekä henkilöstöliikunnan edustuksesta. Lisäksi tapahtumaan otettiin opiskelijayhteistyönä ulkopuolinen tuottaja, tämän työn kirjoittaja, joka toimi tapahtumassa tuottajana harjoittelun ja opinnäytetyön osalta sekä opiskelijayhteistyön päätyttyä palkattuna tuottajana.

Voimavarana näin laajassa kuntayhteistyössä on jokaisen organisaation voimien ja verkostojen yhdistäminen. Yksistään Kisahallin vuokra yhdeltä päivältä olisi kustantanut enemmän kuin tapahtuman kokonaisbudjetti; Kisahallia taas ei olisi saatu käyttöön ilman Helsingin kaupunkia, jonka alaisuuteen Kisahalli kuuluu. Organisaatioilta saatiin henkilökuntaa itse tapahtumaan järjestely- liikun- nanohjaus- ja turvallisuustehtäviin, puhumattakaan yhteistyökumppanien ja verkostojen hyödyntämisestä. Kun idea tapahtumaan oli lähtenyt järjestäjistä itses- tään, oli motivaatio panostaa näin isoon tapahtumaan oman työn ohella ihan toinen, kuin jos se olisi saneltu ulkoa päin.

Tapahtuma oli maksuton osallistujille ja siihen oli mahdollista osallistua joko omalla ajalla tai tyhypsäivän merkeissä. Useilla organisaatioiden tulosityksiköillä on rajalliset resurssit tyhypsäivien järjestämiseen, joten tällaisella tapahtumalla oli mahdollista tarjota tyhypsäiväkokonaisuus, johon osallistuminen olisi mahdol- lista kaikille resursseista riippumatta (Rautiainen, 2014). Monipuolisesti eri hy- vinvoinnin teemoja yhdistävään massatapahtumaan odotettiin jopa neljätuhat- ta osallistujaa ja kunnianhimoinen tavoite saavutettiin lähestulkoon. Ilmoittautu- neita ennen messupäivää oli noin 3500. Maksuttomuuden ja ilmoittautumesta riippumattoman osallistumisen vuoksi kävijöistä ei ole tarkkaa lukua. Karkean arvion mukaan osallistujia oli kuitenkin hivenen enemmän kuin ilmoittautuneita.



Kylli Kukk veti joogatunnillaan A-hallin täyteen väkeä. Vaikka tila oli kaikuista, valloittava ja itsensä arvostamisen sanomaa välittävä Kylli lumosi yleisönsä ja sai aikaan oikean massarentoutumisen. Ylätasannetta reunustavat käytävät olivat täynnään väkeä, jotka mm. tutustuivat messuesittelijöiden tarjontaan, kävivät mittaauttaamassa kehonkoostumusta ja tasapainoa Metropoliin opiskelijoiden mittauspisteessä. (kuva: Henrietta Ikonen)

## 2.2 Sisällöt

Ohjelmaan kerättiin eri hyvinvoinnin teemoihin liittyvää toimintaa ja tietoutta. Kisahallilla pääsi kokeilemaan kymmenkunta eri liikuntalajia. Ulkona oli mahdollisuus ohjattuun geokätköilyyn ja Töölönlahdella juostiin kestävyyskenkkejä yksilöinä tai joukkueviestinä. Huippuluennonjohtajat kertoivat itsensä johtamisesta, ravitsemuksesta, unen tärkeydestä istumisen vähentämisestä ja aivojen toiminnasta. Yhteistyökumppanit tarjosivat messupisteillä tietoutta niin toiminnallisista kuin henkisistäkin välineistä kehon ja mielen hyvinvoinnin edistämiseen työturvallisuutta unohtamatta. Paikalla oli myös tietoiskuja, kehonmittauksia ja testejä.

Pelkästään messujen sisältöjä tarkastelemalla hahmottuu kuinka kokonaisvaltaista hyvinvoinnin merkitys on työssä jaksamiselle ja viihtymiselle. Hyvinvointi on monen tekijän summa, jossa yhdenkään osa-alueen, vaikkapa ravinnon, unen, liikunnan tai mielenhyvinvoinnin riittävydestä huolehtiminen ei yksistään riitä korvaamaan muita. Toisaalta yhden osa-alueen heikko tila ei rohmahduta hyvinvointia jos muista huolehditaan. Sanoma on kuitenkin, että muutos on yksilön itsensä käsissä ja pienillä teoilla jokainen voi parantaa omaa jaksamistaan. Messuilta oli tarkoitus jakaa ideoita oman hyvinvoinnin parantamiseen; yhden päivän tarjonnasta voi saada kipinää koko vuoden tarpeiksi! Tapahtuman sisällöt voidaan jakaa kolmeen osioon, jotka esittelen painotuksen mukaisessa järjestyksessä:

**LIIKUNTA.** Liikuntalajien osuus oli messuilla suurin. Eri urheilulajikokeilujen lisäksi tapahtumassa oli massajumppia ja ulkoliikuntana valvottujen juoksulenken suoritusmahdollisuus. Liikunnallinen osuus juontui Täysi Kymppi -tapahtumasta, mutta oli paljon laajempi sisäliikuntamahdollisuuksineen. Liikuntalajeja oli pyritty tarjoamaan monipuolisesti rauhallisista meneviin. Uusia lajeja oli kahvakuulaharjoittelun tyyppinen, mutta hiekkapusseilla toteutettava Sandbell®, isoja massalle ohjattuja tuokioita olivat jumpat, jooga ja tanssillisempi

Let's Dance. Muita lajeja olivat asahi, golf, kahvakuula, kuntonyrkkeily, miekkailu, painonnosto ja tasapainorata. Liikuntalajien vetäjät hankittiin etupäässä lajiliittojen kautta. Lajiliittoja koordinoiva ESLU (Etelä-Suomen Liikunta ja Urheilu) Ry oli tässä keskeisessä asemassa.



Ensimmäinen massajumpan ohjasi energinen Anna Panshina. Muuita lavalta käsin ohjattuja massatunteja oli Kylli Kukkin jooga ja Tanssii tähtien kanssa –ohjelmasta tutun tanssinopettajan Ansku Begrströmin Let's Dance. Samasta ohjelmasta tuttu Sutu Markkanen juonsi tapahtuman iloiseen ja energiseen tyyliinsä. (kuva: Timo Löfgren, HUS)

LUENNOT. Tsemppi-hyvinvointimessuille oli saatu alansa asiantuntijoita pitämään luentoja hyvinvointiin liittyvistä aiheista teemoilla: istumisen vähentäminen, aivojen toiminta, unen merkitys, itsensä johtaminen ja ravinto. Luentojen osuus oli perua luentopainotteisesta Hyvinvointiseminaarista, mutta siitä poiketen luennot haluttiin nyt tarjota kaikille työntekijöille eikä vain esimiehille. Massaluennot järjestettiin koripallokentällä B-hallissa ja luennot oli pyritty tekemään aktiivisiksi niin, että tilassa oli istumapaikkojen lisäksi toiminnallisia harjoitteluvälineitä. Vaikka koripallokatsomo oli vetävyydeltään suuri, täyttyivät luennot silti äärimmilleen ja aktiivisuusvälineiden kysyntä oli odotettua suurempi.





Markku Partinen luennoi unen merkityksestä B-hallin koripallokentällä. Aktiivisilla luennoilla sai ottaa alustakseen jumppamaton, syvien lihasten harjoittamiseen, lihaskalvojen avaamiseen ja lihasten venyttelemiseen käytettävän core-rollerin tai vaikka jumppapallon. Osa messuvieraista seurasi luentoja lehteriltä. Uniluento oli palautteiden perusteella kaikkein suosituin ja kiitellyin luento. (kuva: Henrietta Ikonen)

**KULTTUURI.** Kulttuuri ei ollut alun perin tapahtuman sisällöissä ja sen vuoksi sen osuus oli pienin. Tapahtumaan oli otettu teatteri-impron ja sirkustelun työpajat, jotka vuorottelevat päivän aikana koreografiasalissa. Myös esiintyvä ja osallistava Samba-ryhmä voidaan lukea kulttuurisen edustuksen piiriin.

Markku T. Hyypä (2003, 99) kirjoittaa kulttuurin ja taiteen hyvää tekevästä vaikutuksesta nimenomaan sosiaalisena kanssakäymistilanteena. Yksilökokemusten ei ole edes tutkimusten valossa todettu vaikuttavan hyvinvointiin yhtälailla kuin sosiaalisena, yhteisenä kokemuksena. Tsemppi-hyvinvointimessujen tarkoitus oli nimenomaan yhteisten kokemusten luominen ja tältä osin minkä tahansa kulttuurisen sisällön mukana olo messuilla toteutuu nimenomaan yhteisöllisenä kokemuksena.



Sirkustyöpajassa tehtiin ihmispyramideja. Vantaan henkilöstölehti teki jutun Tsempistä ja Meri-Maija Näykin impro- ja sirkustyöpajasta ja se julkaistiin heinäkuussa. Työpajat herättivät paljon kiinnostusta ja saivat paljon positiivista palautetta Tsemppiin osallistuneilta. Impro- ja sirkuspajat ovat hyviä esimerkkejä liikunnallisista kulttuurilajeista. (kuva: Meri-Maija Näykki)

### 3 MITÄ TEHTIIN JA MIKSI

Tapahtuman ensimmäinen suunnittelukokous pidettiin tammikuussa 2014 ja sen jälkeen järjestelytoimikunta tapasi noin kerran kuussa. Liikuntapuolen kanssa tavattiin näiden suunnittelukokousten ulkopuolellakin, kun suunnittelimme tapahtuman sisältöjä. Kutsukaamme tätä kokoonpanoa ohjelmatoimikunnaksi. Itse astuin mukaan tapahtuman tuotantoon toisessa suunnittelukokouksessa helmikuussa 2014 sen jälkeen kun HUS:n hyvinvointikonsultti Taina Liukkonen oli pyytänyt opiskelijayhteistyötä tapahtumaan ja olin tarttunut tarjoukseen.

#### 3.1 Tapahtuman brändäys ja markkinointi käyntiin

Helmi-maaliskuussa oli markkinointi saatava käyntiin, joten tapahtumalle oli keksittävä nimi ja luotava graafinen ilme. Nimestä käytiin keskusteluja pitäisikö siinä olla työhyvinvointi-termiä vai riittääkö pelkkä hyvinvointi. Pääkaupunkiseu-

dun työhyvinvointimessut kuulosti kovin raskaalta. Toisaalta työ-etuliite viittasi työnantajien tarjoamaan henkilöstöetuun. Itse halusin tapahtumalle jonkun energisen nimen, jotta tapahtumasta olisi helpompi puhua ja siihen voisi samaistua.

Nimensuunnittelupalaveriin en ehtinyt keksiä kuin yhden vaihtoehdon, Tsemppi, mutta se oli valtaosalle mieleen ja nimesimme tapahtuman Tsemppi-hyvinvointimessuksi. Sloganiksi tuli *Virtaa työhöni ja päivääni!* Kirjoitusasusta keskusteltiin vielä viestintäosastojen kanssa ja sen jälkeen Helsingin kaupungin graafikko suunnitteli Tsemppi-tunnuksen ja graafisen pohjan, jota voitaisiin käyttää markkinoinnissa. Laadin heti markkinointikirjeen, jossa mainostettiin tapahtumaa ja kehoitettiin varaamaan tyhy-iltapäiväksi 8.10.2014. Tässä vaiheessa sisällöt eivät olleet vielä varmistuneet, joten kirje oli yleisluontoinen. Tyhypäivien ajankohdat varataan yllättävän aikaisin, joten markkinointi on käynnistettävä hyvissä ajoin.



### 3.2 Sisällöt selviksi

Maalis-huhtikuussa oli kiire saada sisällöt valmiiksi, jotta päästäisiin markkinoinnissa eteenpäin. Liikuntapalaverissa varmistui jo monta lajikokeilua ja sam-baryhmä. Juontajaksi useiden tarjouspyyntöjen jälkeen keksittiin Tanssii tähtien kanssa ohjelmasta tuttu tanssinopettaja ja mm. toinen Bailatino-liikuntamuodon kehittäjistä Satu "Sutu" Markkanen. Päätös hänen sopivuudestaan tapahtumaan oli yksimielinen. Kulttuurituottajan näkökulmasta tapahtuma oli kovin liikuntapainotteinen. Mietin jotain teatteri-ilmaisuun liittyvää, otin yhteyttä Metropolian teatteri-ilmaisuuden opiskelijoihin ja sain tarjouksen improvisaatio- ja sirkustyöpajasta, joka lisättiin ohjelmaan.



Huhti-toukokuussa kartoitettiin yhteistyökumppaneita messuesittelijöiksi. Standby-paikoista ei aiottu periä maksua, koska niiden laskuttaminen olisi ollut hankalaa. Olihan järjestäjinä useampi suuri organisaatio ja jokaisella omat käytäntönsä hoitaa rahaliikennettä. Rahan liikkumisesta päätettiin myös siltä osin, että messuilla ei yritykset saaneet myydä mitään, ainoastaan yleishyödylliset organisaatiot kuten Työterveyslaitos ja Työturvallisuuskeskus. Rahakysymys oli pulmallinen siltä osin, että kaikkien kaupunkien yhteistyökumppanit eivät välttämättä voisi olla tasavertaisesti esillä ja myös siksi päätettiin, ettei kukaan voi rahallisesti hyötyä toista enempää. Seuraavaan Tsemppiin yhteistyökumppanien mukanaolon maksuttomuus sekä myynnin rajoittaminen mietittäisiin uudelleen.

### 3.3 Ilmoittautuminen, nettisivut ja kesän toimenpiteet

Ilmoittautumislinkki tapahtumaan suunniteltiin ja luotiin kaikkien organisaatioiden ilmoittautumisjärjestelmiin sopivaksi. Ilmoittautumisen käynnistämistä varten piti tapahtuman nettisivut saada valmiiksi, koska ilmoittautumiseen tuli linkki sivulle ja sieltä oli mahdollista käydä tutustumassa tarkemmin Tsempin ohjelmaan.

Tapahtuman nettisivuja varten pyydettiin tarjous web-hotellista. Sivujen koamiseen ja ylläpitoon oli käytössä vain tuottajan resurssi, mutta HUS:n verkotoimituksesta lupauduttiin auttamaan minua sivujen pohjan rakentamisessa. Sivut ja sisällöt loin sen jälkeen itse. Riippuvaisuus ulkopuolisesta tekijästä, joka ei kylläkään tuo ylimääräisiä kustannuksia, mutta jolla on omat projektit päällä, hidastutti vähän nettisivujen valmistumista. Myös omat taitoni joutuivat välillä koetukselle ja jouduin turvautumaan koodaustaidoisiini ystäviini. Ilmoittautuminen päästiin avaamaan lopulta kesäkuussa, melkein kuukauden ajateltua myöhemmin. Ajankohta oli myös lähellä kesälomakauden alkua, jolloin ilmoittautumisaktiivisuus on muutenkin vähäistä.

Kesä-heinäkuu oli tuotannon osalta hiljaisempaa aikaa ja käytin sen kehitysmenetelmien suunnitteluun sekä omien havaintojeni välipurkuun. Oli todella vaikea laskeutua käytännön tuottamisesta teoriatasolle. Tapahtuman ytimessä toimi-

minen teki samanaikaisen ulkopuolisena tarkkailijana toimimisen vaikeaksi. Miten sovittaa yhteen onnistuneen tapahtuman tuottaminen sekä teoreettinen pohdiskelu siitä, miten asiat olisi järkevämpi ja tehokkaampi toteuttaa? Eikö pohdiskelun tuotokset pitäisi saada käytäntöön jo ensimmäisen tapahtuman kohdalla? Ensimmäisen tapahtuman kohdalla maksetaan oppirahoja yrityksen ja erehdyksen kautta. Kun miettii tulevia tapahtumia ja mitä tuotantoprosessissa niiden osalta tulis parantaa, haluaisi toki laittaa ne käytäntöön jo saman tien. Mutta silloin aikaa pitäisi voida kelata taaksepäin.

Elokuussa järjestin ideointipalaverin, esittelin laskelman työaikaresurssistani ja sen kustannuksista, perustin toiminimen, jolla laskuttaa opiskelijayhteistyön työtuntien ulkopuolelle jäävän tuottajan työn sekä palautin mieleni pohdiskelutasolta käytännön työhön valmistelemalla viimeisen suunnittelukokouksen. Ilmoittautumistilanne oli kehittynyt ja olimme saamassa tapahtumaan jo lähelle 3000 osallistujaa. Vantaan henkilöstölehteen oli tehty juttu Tsempistä ja impro-ohjaaja Meri-Maija Näykistä. Helsingin Henkeen oli tulossa juttu syyskuussa.

### 3.4 Loppurutistus

Syyskuu aloitettiin suunnittelukokouksella ja kartoittamalla vielä tekemättä olevat tehtävät, jaoimme vastuuhenkilöt ja määritimme aikataulun. Järjestin infotilaisuudet yhteistyökumppaneille, lajituottajille ja muille tapahtuman työntekijöille. Messuesittelijöiden paikkojen varmistuttua tein kartat tapahtumasta. Kisahallin koon vuoksi karttojen pohjina piti käyttää rakennuksen teknisiä piirrustuksia ja kartoista oli vaikea saada lyhyessä aikataulussa yksinkertaiset ja selkeät. Kartat lähetettiin osallistujille tervetuliaiskirjeen mukana ja painettiin suuriksi tulosteiksi tapahtumapaikalle, mutta erillisiä jaettavia karttoja ei ollut mahdollista painattaa. Yleisilmeeseen ei ollut mahdollista panostaa rahallisesti paljon ja se suunniteltiin käsittämään lähinnä Kisahallin aula.



Sata ilmapalloa odottaa irrottamista ja sitomista mm sisääntulojen kaiteisiin. Muuten sisääntuloaulasta tapetoitiin ja verhoiltiin pylväät sekä kahvion rajaava kaide. Kisahalli on rakenteellisesti pitkälti samassa kunnossa kuin se oli olympiavuotena 1952. Seiniin ja rakenteisiin kiinnittäminen on rajoitettu maalia irrottamattoman teipin käyttöön, joten se asetti omat haasteensa somistukselle. (kuva: Titi Heikkilä)

Tein turvallisuus- ja pelastussuunnitelman ja turvallisuusvastaavaksi nimettiin HUS:n työsuojelupäällikkö Mia Jourio. Mia oli täydellinen valinta tehtävään ja hän piti tilanteen kasassa silloinkin kun väenpaljous yllätti ja samanaikaisesti järjestysmiehiä oli tullut paikalle liian vähän. Yleisölle tilanteessa ei ollut mitään erikoista, mutta itse riskien arvioijana olin melko jännittynyt sen ajan kun ruuhkahuippua ja pientä vajaamiehitystä kesti. Tulevissa tapahtumissa toivon ehdottomasti hänet nimettävän uudelleen tuohon tehtävään ja mielummin yhdessä tuottajan kanssa laatimaan turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaa sekä valitsemaan tahoa, josta järjestyksenvalvojat hankitaan. Mia oli itse halukas tehtävään jatkossakin.

Lokakuulle, eli viikko ennen tapahtumaa, jäi enää juontajan tapaaminen, juontojen suunnittelu ja aikataulutus, infopisteen, kiertävien infojen kansioiden suunnittelu ja kokoaminen ja lukemattomiin sähköposteihin ja puheluihin vastaami-

nen, joissa sekä osallistujat että yhteistyökumppanit lähestyivät minua mitä moninaisemmilla kysymyksillä tapahtumaan tai sen järjestelyihin liittyen.

Oma työpisteeni tapahtumassa oli pääinfossa, koska olin hyvin perillä kaikesta, mitä kysyttävää tapahtumassa saattaisi tulla sekä tiesin voivani liikkua siitä tarvittaessa johonkin. Ja liikuinkin, sillä narikan tukkiutuessa oli ainoa vaihtoehto mennä itse tsemppaamaan narikkalaisia ripeämpään toimintaan ja palvelemaan kiukkuisia asiakkaita. Oma vahvuuteni on lähes viidentoista vuoden työkokemus asiakaspalvelussa ja tällaisissa tilanteissa on tärkeintä olla itse hermoilematta, toimia rivakasti ja hymyillä mahdollisimman paljon.

#### 4 TAPAHTUMAN KEHITTÄMISESSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT

Tapahtuman kehittämisen ja menetelmien suunnitteluun olen soveltanut Katri Ojasalon Kehittämistyön menetelmät -opasta sekä opintoihini liittyvää kurssimateriaalia. Toiminnallisessa opinnäytteessä kehitystyö lähtee käytännön työstä ja sen synnyttämistä havainnoista. Menetelmäni oli kolmivaiheinen ja keskeltä ulos suuntaava. Ensimmäinen, alusta asti raportoiva osallistuva havainnoija on tapahtuman keskiössä toimiva tuottaja, joka arvioi tapahtumaa sitä tehdessään sekä oman kokemuksensa ja koulutuksensa vinkkelistä. Muut tapahtuman tuotannossa mukana olevat otetaan kehitys- ja ideointityöhön mukaan yhteisöllisen ideointipalaverin muodossa, jossa he tuottavat ajatuksia siihenastisen tuotannon, aikaisempien järjestämiensä tapahtumien ja hyvinvointityön pohjalta. Kolmantena itse tapahtuman yleisöä kuunnellaan tekemällä palautekysely, jossa on kvantitatiivisen tutkimuksen elementti monivalintakysymyksinä sekä kvalitatiivinen osuus avoimina kysymyksinä.

**YHTEISÖLLINEN IDEOINTI.** Yhteisölliset ideointimenetelmät soveltuivat hyvin juuri tämän tapahtuman kehittämiseen, koska idea tapahtumaan oli lähtenyt järjestäjäporukasta itsestään ja heidän motivaationsa oli koko tapahtuman kantava voima. Luovassa ongelmanratkaisun prosessissa ideointi ja arviointi on tärkeä pitää erillään, jotta uusia ja tuoreita ideoita olisi mahdollista tuottaa (Ojasalo, 2009, 143) Koska kehitettävät osa-alueet ovat paikoin raskaita, valitsin

ideointimenetelmän, joka yhdistää Kaukaiset ajatusmallit -tekniikkaa, sekä Ekskursiota. Molemmissa menetelmissä sovelletaan uuden kehittämisessä jonkun täysin kehitettävään aiheeseen nähden ulkopuolisen sanan avulla syntyviä mielleyhtymiä.

Menetelmässäni viittä aihetta varten valittiin kolme sanaa, yksi kuva ja yksi video, joista pyydettiin ideointiin osallistuvia keksimään mihin tahansa sanaluokkaan kuuluvia sanoja sekä lauseita. Nämä sanat ja lauseet kirjoitettiin paperilapuille ja siirrettiin syrjään omiksi pinoikseen. Vapaan assosiaatio-osuuden jälkeen otettiin pöydälle yksitellen paperi, johon oli kirjoitettu kehitettävä aihe, esimerkiksi Organisaation toiminta, ja sen ympärille aseteltiin vaikkapa sanasta 'juna' tulleet mielleyhtymät. Näiden sanojen ja lauseiden pohjalta ideoitiin kehitettävää aihetta eteenpäin. Ideariihen tuotokset tallennettiin, nauhoittamalla tilaisuudessa käyty keskustelu ja keräämällä papereille kirjoitetut ideat talteen.



Ideointipalaveri tuotti paljon ideoita vaikka osallistujia pääsi paikalle vähän. Edustettuina olivat sekä liikuntapuoli että henkilötöhallinto sekä kaikki organisaatiot Espoota ja Kauniaisia lukuunottamatta. Espoosta tuli kirjallisena kehitysideoita, jotka huomioitiin osana ideointipalaverin tuotoksia. (kuva: Taina Liukkonen)

**PALAUTEKYSELY.** Laadin palautekyselyn asiakkaille. Kysely oli ytimekäs, jotta siihen vastaamisen kynnys olisi mahdollisimman matala. Keskimäärin vastaamiseen käytetty aika oli alle viisi minuuttia. Kyselyssä oli monivalintakysymyksiä, joissa arvioitiin tapahtuman sisältöjen mielekkyyttä ja kiinnostavuutta, kysyttiin nettisivujen käytöstä ja mukana oli myös avoimen pautteen antamisen mah-

dollisuus. Itse tapahtumassa oli kaksi tietokonetta palautteen antamiseen ja tapahtuman jälkeen osallistujille lähetettiin vielä sähköpostissa linkki kyselyyn.

Tapahtumaan osallistui noin 3500 henkilöä ja palautteeseen vastasi 682 henkilöä, noin 19% osallistujista. Kysely luotiin digium-järjestelmässä HUS:n toimesta. Kyselyssä kartoitettiin vastaajan taustoina ikä, sukupuoli ja organisaatio, jonka perusteella suodatettiin vastaukset. Tässä opinnäytetyössä käsitellään palautetta kokonaisuutena ja organisaatiotason suodatuksia on tarkoitettu kunkin organisaation sisäiseen käyttöön.

OSALLISTUVA HAVAINNOINTI. Ojasalon kirjan mukaan osallistuva havainnointi tulisi olla järjestelmällistä ja suunniteltua. Tässä yhteydessä havainnointi on tehty enemmän tai vähemmän suunnittelematta, mutta havainnointia on ollut läpi projektin ja se on taltioitu kenttäpäiväkirjana sekä äänitallenteina sanelukoneelle.

Kenttäpäiväkirjaa syntyi noin 25 sivua ja merkinnät vaihtelevat ranskalaisista viivoista pidempiin, päiväkirjamaisiin ajatuksiin. Tuottajana olen vastannut jokaisen suunnittelukokouksen järjestämisestä, laatinut esityslistan ja kunkin kuun tärkeimmät tuotantovaiheet. Olen hyödyntänyt näitä esityslistoja ja kokousmuistioita havainnoinnissani. Myös sähköpostikeskustelut ulkopuolisten tuottajakollegojen tai muiden alan ammattilaisten kanssa on sisällytetty havainnointityön purkuun. Jossain vaiheessa kesää hankin itselleni sanelukoneen ja pidin suullista päiväkirjaa ajankäytön optimoimiseksi. Koska nauhoitteet olivat tarkoitettu vain omaan käyttööni, en ole niitä litteroinut enkä pysty arvioimaan montako sivullista tekstiä niihin on puhuttu.

## 5 HAVAITUT KEHITTÄMISTARPEET

### 5.1 Yhteisöllisen ideoinnin tuloksia

Yhteisöllisessä ideoinnissa kehitettäviä alueita oli markkinointi, järjestäjäorganisaatio, käytännön järjestelyt sekä tuote / sisällöt. Tapahtumatuotannon palapelissä (Humak) mukana oli myös talous, mutta se jätettiin tässä yhteydessä pois.

Usean organisaation toisistaan riippumatonta taloudellista panosta olisi ollut vaikea yhteisesti arvioida ja kehittää. Kaikissa ideointivaiheissa, teemasta riippumatta, sanoista johtuvat mielleyhtymät veivät jossain kohti itse tapahtuman järjestelyihin ja sisältöihin. Vapaa ajattelu toi esiin sen, mikä järjestäjätoimikunnassa koettiin tärkeäksi ja minkä kehittäminen oli heistä ensisijaista. Tapahtuman luovat sen sisällöt ja niiden houkuttelevuudesta myös markkinointi on kiinni. Sisällöt määrittävät myös käytännön järjestelyt ja motivoivat tekemään töitä tapahtuman onnistumiseksi. Käyn nyt läpi kehittämisideat teemoittain.

**ORGANISAATIO.** Järjestäjäorganisaation toimintaa mietittäessä yhdessä tekeminen ja dynamiikka nousivat tärkeiksi tekijöiksi. Tapahtuman idea on järjestäjätoimikunnasta itsestään lähtöisin ja motivoi siksi tekemään paremmin kuin ylhäältä saneltu projekti.

Itse järjestäjäporukka koki erilaiset organisaatioiden toimintamallit rikkaudeksi, yhdessä tekemisen hauskaksi, mutta mietti myös, että järjestäjäryhmän taustajoukot kunkin organisaation sisällä tulisi voida sitouttaa ja motivoida myös samaan tekemisen henkeen. Ryhmän ulkopuolisia tekijöitä on paljon: viestintä, graafikot, kääntäjät, liikunnanohjaajat, työsuojelu, ensiapuhenkilökunta, muut vapaaehtoiset.. Heidän arvokas panoksensa tapahtumaan tulisi jotenkin huomioida ja levittää instuneisuutta. Minulle tästä tuli mieleen järjestää jonkinlainen kick-off tilaisuus tsempissä mukana oleville.

Suunnittelukokoukset toivottiin sovittavan etukäteen, jotta tyhjiltä tuoleilta ja jokakertaiselta väännöltä kalenterien kanssa, jossa otetaan lopuksi aika, joka enemmistölle sopii, välttyttäisiin. Kokouksia on joka tapauksessa kerran kuussa, joten ne olisi helppokin sopia ennalta. nyt kokoukset ovat liikumisen helpottamiseksi olleet aina Helsingissä henkilöstöhallinnon, liikuntaviraston tai HUS:n tiloissa. Ainakin yhdet kokoukset voisi kuitenkin järjestää Espoolla ja Vantaalla, miksei Kauniaisissakin, jotta jokainen kunta pääsisi isännöimään jotain tapaamisista. Tämä toisi kuntayhteistyötä konkreettisemmalle tasolle ja ennalta sovituna paikalle löytäminenkin olisi helpompi järjestää.

Opiskelijayhteistyö nousi tärkeäksi tekijäksi toiminnassa. Sain kiitosta panoksestani ja mukanaoloni koettiin elinehdoksi tapahtuman toteutumiselle. Tässä ei

pelkästään ollut kyse henkilöstä, vaan nähtiin ulkopuolisen tuottajan rooli tärkeänä. Omasta mielestäni opiskelijayhteistyötä kannattaa hyödyntää tulevaisuuden tapahtumissa, mutta tuottajan pitäisi olla vapaampi tekemään itse tuotantoa. Opiskelijaresurssi voisi olla tapahtumassa tuottajan lisänä.

Kulttuurituottajana toin mukaan kulttuurisen näkökulman hyvinvoinnin kehittämisessä ja tämä nousi ideoinnissakin esille. Kulttuuripalvelujen mukanaoloa järjestämässä ehdotettiin. Kulttuurijärjestöiltä voisi löytyä samanlaista halua tuottaa sisältöjä kuin liikuntajärjestöiltä.

MARKKINOINTI. Tuottajaa toimintaa yhdistävänä henkilönä pidettiin hyvänä myös markkinoinnissa, koska näin markkinointiin saatiin yhtenäisyyttä. Toisaalta koettiin, että jokaisen organisaation sisäisiä markkinointi- ja motivointitempauksia voisi jakaa enemmänkin koko ryhmässä, jotta jokainen voisi saada niistä maksimihyödyn. Esimerkiksi Vantaalla järjestettiin vesijuoksuvyön arvonta joka kuukausi ilmoittautuneiden kesken. Muutkin olisivat voineet keksiä omia arvontoja tai muita kannustimia ilmoittautumiseen.

Markkinoinnissa eniten tuli ideoita lentävistä lauseista tai aiheista, joita voi hyödyntää tulevia tapahtumia ideoitaessa. Tällainen ideointi olisi ollut hyvä tehdä myös Tsempin slogania mietittäessä, ja kannattaa ehdottomasti hyödyntää seuraavaan tapahtumaan. *Tule ottamaan hiki pintaan. Hiki on hyväksi. Yhdessä syntyy muistoja. Elämä haltuun. Pidennä elämää. Parempi elämä. Virtaa pimeyteen. Älä anna tulevan kauden masentaa. Pirteyttä syksyyn. Yhdessä kokeminen. Vesi voittaa rasvan. Sopii kaikille.* Muut markkinointiin liittyvät ideat liittyivät enemmän markkinoitavaan sisältöön. Asiakaspalautetta pidettiin tärkeänä lähteenä markkinoinnin ja sisältöjen kehittämisessä.

SISÄLLÖT / TUOTE. Sisällöistä mietittiin ovatko valinnat olleet onnistuneet. Tässä vaiheessa ei vielä tiedetty miten tapahtuma tulee onnistumaan ja ovatko esimerkiksi luennoitsijavalinnat oikeat. Ylipäättään sisällöt tulisi menestyksestä huolimatta miettiä hyvin, kohderyhmää ajatellen ja päivittää joka kerta, asiakasta kuunnellen.



Kohderyhmään kuului henkilöitä kaikista ammattiryhmistä ja tapahtuman idea onkin ollut, että tapahtuma sopii kaikille ja jokaiselle löytyy jotain. Tämä oli haaste mutta myös rikkaus ja esimerkiksi kulttuuripalveluiden mukanaolo laajentaisi tarjontaa entisestään. Uusina sisältöinä ohjelmaan ehdotettiin kulttuuri-puolelta kirjallisuutta, sanataidetta, teatteria ja stand-upia, liikuntapuolelta taas hauskaa ideaa pikatreffeistä personal trainerin kanssa. Osallistujat voisivat trefipalvelun muotoon tehdyssä pikatapaamisessa tavata personal trainereita ja selvittää kenen kanssa voisi toimia yhteistyö. Personal trainereilla olisi mahdollisuus saada uusia asiakkaita ja asiakkailla ”se oikea” treenauttaja.

Toivomus olisi, että jokainen kävijä saisi messuilta itselleen jotain kotiinviemistä, oli se sitten asenne, uusi harrastus, oivallus, elämänmuutos tai vain hyvä mieli.

**KÄYTÄNNÖN JÄRJESTELYT.** Käytännön järjestelyillä tarkoitettiin tässä yhteydessä sekä tapahtuman organisointia pitkällä aikavälillä, että itse messuilla tapahtuvia järjestelyjä. Tarkastellaan ensin koko projektia.

Projektiveturi koettiin tärkeäksi. Tiedetyt järjestelyt sujuvat jouhevasti ja nopeasti, kuten vaikka itse paikan, Kisahallin, sekä sisältöjen, liikunnantuottajien ja luennoitsijoiden, mukaan saamisen. Tiedetyt asiat tuleekin ratkaista nopeasti. Hitaus koettiin haitaksi taas paikoin, esimerkiksi päätöksenteossa, kun toimentipeet pitää ensin varmistaa jostain taholta. Tätä ilmeni mm. rahankäytössä. Samaa koin tuottajana, kun moni asia piti varmistaa ensin joltain tietyltä porukalta ennen asian eteenpäin viemistä.

Suuria hankaluuksia tai rajoitteita ei koettu olevan myynnin rajoittamista lukuunottamatta. On kuitenkin hyvä ottaa mietintään kuinka tärkeää asiakkaille olisi saada ostaa jotain tapahtumasta ja miettiä miten asiaa voisi ratkaista. Toinen suoraan asiakkaaseen vaikuttava käytännön järjestelykysymys itse tapahtumassa oli odottaminen. Jonoja tulisi varmasti, mutta nähtäväksi jäisi mikä ruuhkauttaa eniten ja tarvitseeko esimerkiksi liikuntalajikokeilujen aikaväliä lyhentää.

Järjestelyissä pantiin merkille kuitenkin se, että koko projekti on edennyt kuin juna, eikä viimehetken muutoksia tai paikkauksia oltu tarvittu. Samaa voi sanoa ideointipalaverin jälkeisestä ajasta itse tapahtumapäivään asti. Selvisimme täy-

sin ilman isoja muutoksia ohjelmassa tai muussa järjestelyissä. Tuottajalle tällainen tilanne on ihanteellinen, vaikka olemmekin ammattiimme kuuluen aina valmiit keksimään B-, C- ja X-suunnitelman improvisoiden.

Yhteinen näkemys ja suunta koettiin elinehdoksi tapahtuman onnistumiselle ja tavoitteiden saavuttamiselle. Koko projekti on ajoittaisesta kiireestä ja työajan yhteensovittamisesta huolimatta yhteinen ja hauska matka, jonka tulokset punnitaan projektin päättävässä arviointitilaisuudessa.

**VERKOSTOT.** Verkostoilla tarkoitettiin tässä yhteydessä sekä organisaation sisäisiä verkostoja ja sidosryhmiä sekä messuille sisältöä tuottavia lajiliittoja, järjestöjä ja yrityksiä.

Sitoutuminen ja sitouttaminen olivat monessa kohtaa nousevat teemat niin verkostoista kuin järjestäjistä puhuttaessa. Etenkin vapaaehtoisten palkitsemista tai muistamista pidettiin tärkeänä. Itse tapahtumassa tarjosimme lämpimän aterian niille toimijoille, jotka olivat tapahtumassa jonkun organisaation toimesta, kuten HUS työsuojelu, Vantaan liikunnanohjaajat ja tsempparitytöt infossa.

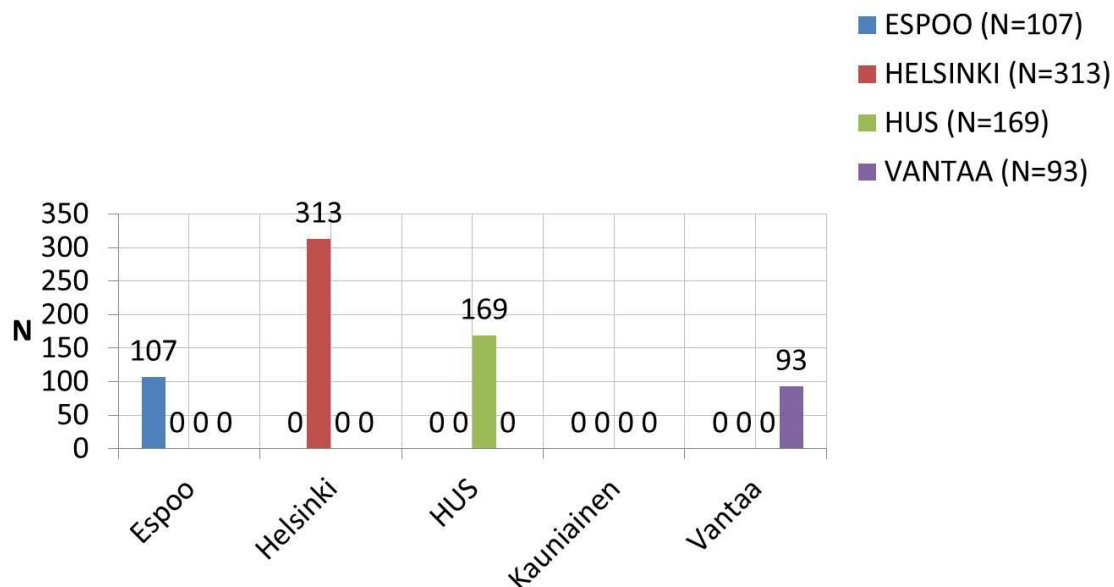
Yhteyshenkilöä verkostojen välillä pidettiin tärkeänä. Tuottajan lisäksi myös muut henkilöt järjestelytoimikunnasta toimivat tietyn ryhmän yhteyshenkilöinä, mutta ei sattumanvaraisesti vaan jo aiemman yhteistyön sanelemana. Myös tuottajana koin tärkeäksi, että useampi kuin yksi henkilö koordinoi ryhmiä. On tärkeää, että voi luottaa yhteydenpidon ja tiedonkulun toimivuuteen, vaikka itse ei sitä hoitaisikaan.

## 5.2 Palautekyselyn tuloksia

Palautekyselyyn vastasi yhteensä 682 henkilöä, joka oli noin 18% tapahtumaan osallistuneista henkilöistä ilmoittautumisten perusteella. Vastaajista 94% oli naisia ja 6% miehiä. Itse tapahtumaan osallistui prosentuaalisesti suurempi määrä miehiä kuin palautekyselyyn vastanneista voidaan tulkita. Tämän perusteella voidaan päätellä naisten olevan alttiimpia antamaan palautetta. Organisaatiotasolla palautteet jakautuivat tapahtumaan osallistuneiden määriä mukailleen. Hel-

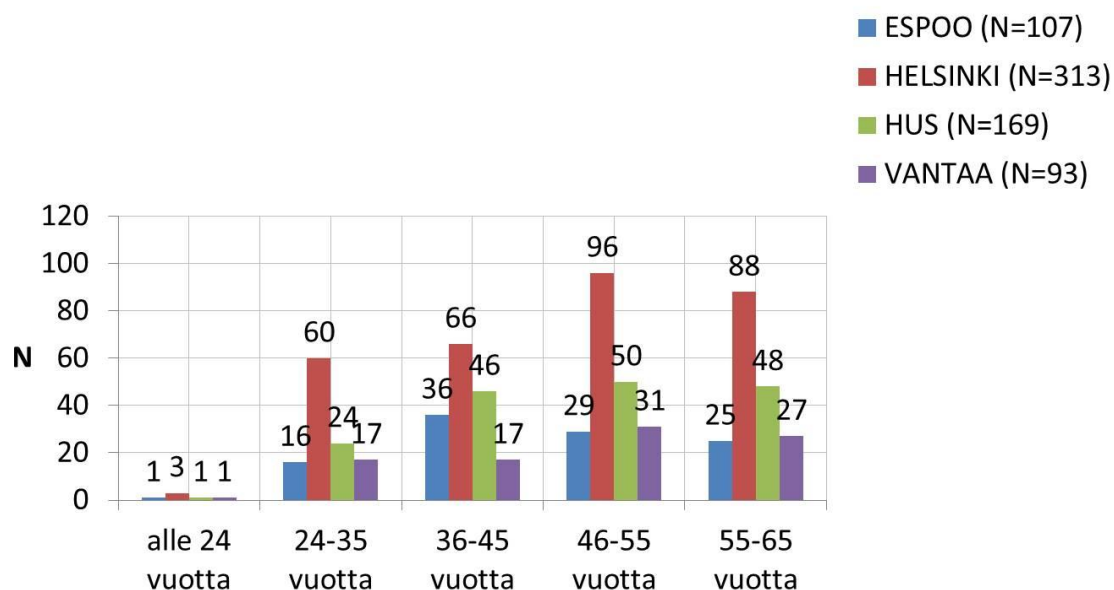
singillä oli suurin osanotto (noin 2000 ilmoittautujaa) seuraavaksi eniten osallistujia tuli Espoosta (yli 460 ilmoittautujaa) Vantaalta ilmoittautuneita oli melkein neljäsataa ja HUS:lta yli kolmesataa. Vastaajista aktiivisimpia tässä suhteessa olivat huslaiset.

Kaavio 1, Osallistujamäärien jakautuminen organisaatioittain



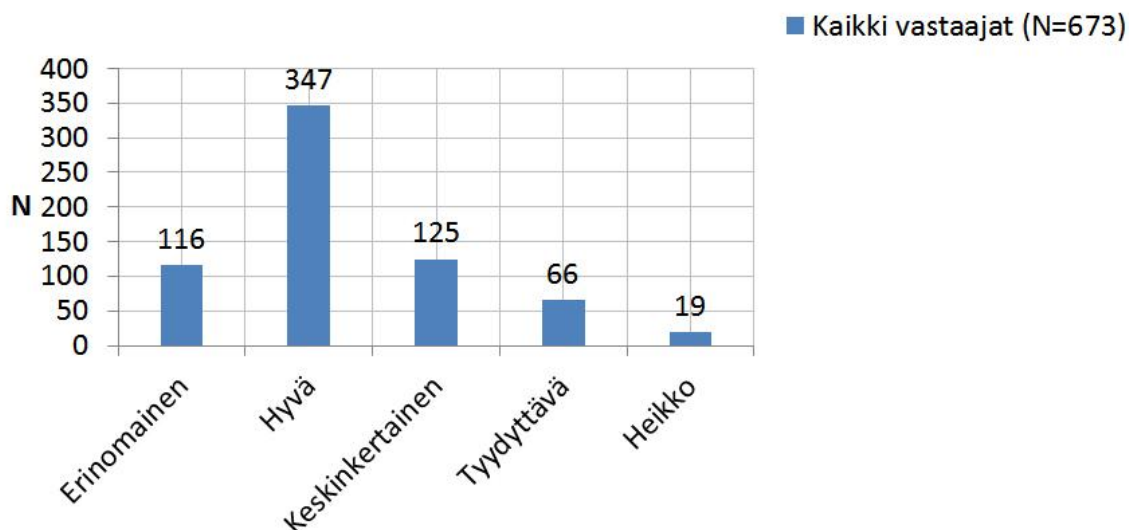
Ikäjakama oli kaikilla muilla eniten 46-55 -vuotiaita osallistujia ja Espoolla eniten 36-45 -vuotiaita osallistujia. Jakaumasta voidaan siis päätellä, että valtaosa osallistujista oli 36-55 -vuotiaita.

Kaavio 2, Osallistujien ikäjakama suodatettuna organisaatiokohtaisesti



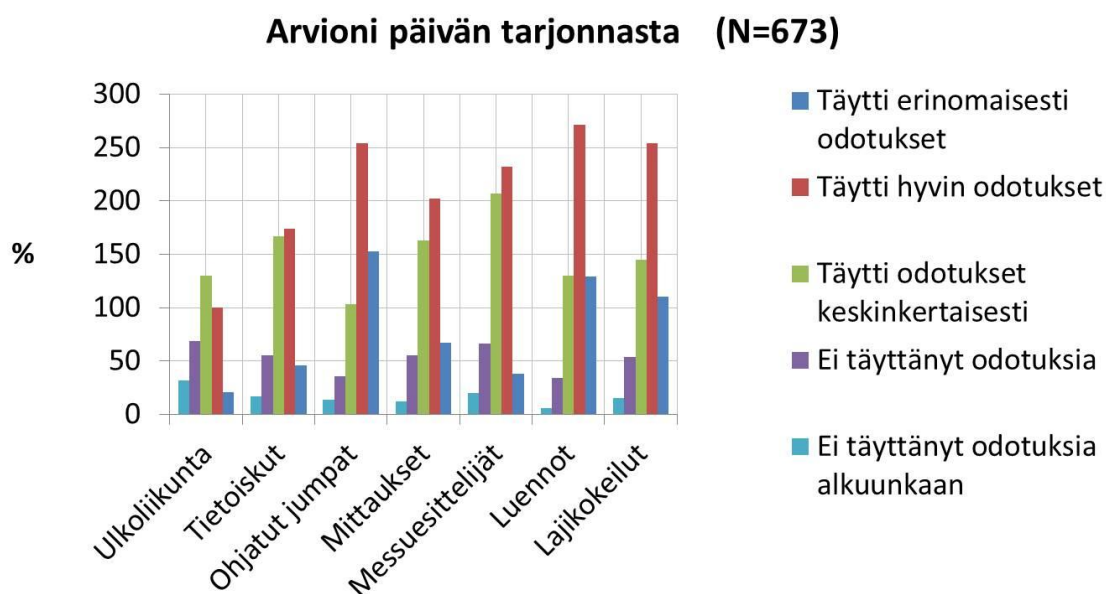
Tapahtumaan tyytyväisiä oli suurin osa. Arviointiasteikkona oli erinomainen, hyvä, keskinkertainen, tyydyttävä ja heikko. Yleisarvosanan hyvä antoi 52% vastaajista.

Kaavio 3, Vastaajien yleisarvosana tapahtumalle



Tarjontaankin vastaajat olivat enimmäkseen tyytyväisiä: Luennoista 48%, lajiko-keiluista 44%, ohjatuista tunteista 45%, messuesittelijöistä 41%, mittauksista 40%, tietoiskuista 38% vastaajista koki, että sisältö vastasi odotuksia hyvin ja seuraavaksi suurin prosentti vastaajista koki sisällöt täyttävän joko keskinkertaisesti tai erinomaisesti. Ulkoliikunnasta 37% vastaajista kokoi sen vastaavan odotuksia keskinkertaisesti ja 28% hyvin.

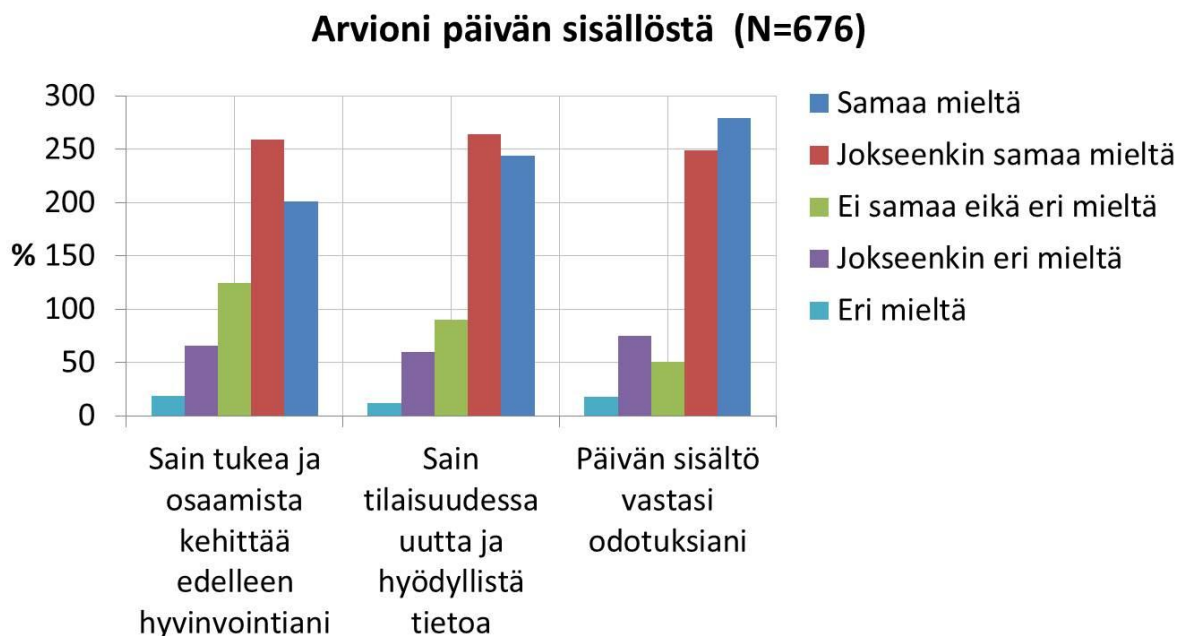
Kaavio 5, Arvio päivän tarjonnasta organisaatiotason suodatuksilla



Ulkoliikunnan osalta mainittakoon, että sateinen sää toi suurimman osan osallistujista sisätiloihin ja ulkolajien osanotto oli hyvin vähäistä. Tuloksia hieman vääristänee vastausvaihtoehdon 'en osallistunut' puuttuminen, sillä kaikki vastaajat eivät olleet huomanneet, että kohdan olisi voinut myös jättää tyhjäksi. Sisällöstä riippuen vain 1-9% vastaajista koki, ettei tarjonta vastannut odotuksia lainkaan. Tämän kohdan lienee valinneet myös ne, jotka eivät ko. tarjontaan osallistuneet.

Sisältöjä vastaajat arvioivat seuraavasti. Vastaajista 42% koki päivän sisällön vastaavan odotuksiaan. Jokseenkin samaa mieltä oli 37%, ei samaa eikä eri mieltä 8%, jokseenkin eri mieltä 11% ja eri mieltä 3% vastaajista.

Kaavio 6, Arvio sisältöjen hyödystä omaan hyvinvointiin



Sain tilaisuudesta uutta ja hyödyllistä tietoa -kysymyksen vastaukset jakautuivat seuraavasti: samaa mieltä 36% jokseenkin samaa mieltä 39%, ei samaa eikä eri mieltä 13%, jokseenkin eri mieltä 9% ja eri mieltä 2% vastaajista.

Sain tukea ja osaamista kehittää edelleen hyvinvointiani: samaa mieltä 30%, jokseenkin samaa mieltä 39%, ei samaa eikä eri mieltä 19%, jokseenkin eri mieltä 10% ja eri mieltä 3% vastaajista.

Tsempin nettisivuilla oli vierailut 47% vastaajista, 33% vastaajista ei ollut vierailut sivuilla, mutta jopa 23% vastaajista ei ollut vierailut nettisivulla, koska ei tiennyt niiden olemassaolosta!

Avoimen palautteen antoi 409 henkilöä, 60% kaikista vastanneista. Tätä voidaan pitää erittäin korkeana vastausprosenttina. Avoimen palautteen antaneista tyytyväisiä tapahtumaan oli 57, noin 14%. Avoimen palautteen luonteeseen kuuluu kritiikki, koska ihmiset ovat herkempiä ilmaisemaan tyytymättömyyttään kuin jos kaikki on mennyt hyvin. Kritiikin jakautuminen vain muutamaaan pääkohtaan kertoo kuitenkin todellisesta haitasta. Jopa kolmasosa vastaajista koki melun häiritseväksi tapahtumassa. Lajikokeiluista tullut melu häiritsi luentoja kuuntelevia, Kisahalli on yleisesti kaikuisa tila. Myös äänentoistosta tuli kritiikkiä, joka

on laskettu samaan melun kanssa. Muut mielipahan aiheuttajat olivat ihmispal-jous tai ahdas tila sekä kahvion alimitoitettut resurssit ja muun vesipisteen puut-tuminen.

- **Melu**, 136 kpl vastaajista = **33%**
- **Liikaa ihmisiä / liian pieni tai sopimaton tila**, 98 kpl vastaajista = **24%**
- **Vesipisteen puuttuminen / kahvilan alimitoitettut resurssit**, 65 kpl = **16%**

Muita vapaan sanan kommentteja:

Narikan toimimattomuus, Tsemppi-paitojen riittämättömyys / harhaanjohtava informaatio (HKI), aikataulujen päällekkäisyys, yksityisyyden puute (jum-pat/mittaukset/lajipisteet), hyvät luennot (etenkin uni), liian suuret ryhmäkoot, liian pitkät jonotusvälit lajipisteille, jonot yleensä (WC, kahvio, narikka, kokeilut), en osallistunut –vaihtoehdon puuttuminen kyselystä.

### 5.3 Osallistuvan havainnoinnin tuloksia

Tapahtuman sisäisenä tarkkailijana huomioni kiinnittyi paljon käytännön seik-koihin, jotka joko hidastuttivat tuotantoprosessia tai veivät tarpeettoman paljon aikaa. Moniin byrokraattisiin kuvioihin ei välttämättä voi vaikuttaa, mutta moniin käytänteisiin voi. Tämä oli ensimmäinen tapahtuma ja vain kokeilemalla voi saada selville mikä toimii ja mikä taas toimii hitaammin.

#### 5.3.1 Viestintä

Tapahtuman sisäinen viestintä. Haasteellista usean järjestäjäorganisaation ta-pahtuman tuottamisessa oli se, että järjestäjät tapasivat toisiaan harvoin, noin kerran kuukaudessa, ja välille jäävä viestintä painottui paljon sähköposteihin. Kun viestiketjuja eri aiheista ja eri vastaanottajille suunnattuina voi olla kymme-nenkin viikossa, voi osa viesteistä jäädä huomiotta kenellä tahansa vastaanot-tajista. Käytännön työssä oltiin myös fyysisesti erillään toisistaan, jopa saman kaupungin sisällä. Tämä lisäsi osaltaan sähköpostipainotteista viestintää. Jokai-

sella organisaatiolla oli myös omat viestintäosastonsa ja viestintään liittyvä materiaali täytyi tarkistuttaa kaikkien organisaatioiden linjaan sopivaksi.

Sisäiseen viestintään toivoisin jotain ulkoista työtilaa, jossa kommunikointi käy-täisiin. Näin tapahtumaan liittyvä viestiminen ei hukkuisi muun sähköpostin se-kaan, koska nykyisellään, vaikka sähköpostit tulevat suoraan vastaanottajalle, katoavat ne helposti muun sähköpostin joukkoon. Myös tapahtumaan liittyviä tiedostoja olisi helpompi ladata kaikkien saataville eikä ongelmaksi muodostuisi koon rajallisuus, mikä sähköpostiliikenteessä oli havaittu. Haasteena työtilan käytössä olisi se, tultaisinko sitä seuraamaan yhtä aktiivisesti kuin sähköpostia. Toisaalta kiireellisten toimenpiteiden kohdalla voitaisiin käyttää muistutustoimin-toa tai vaikka erillistä sähköpostimuistutusta asianosaisille.

Muussa viestinnässä tuottajan täytyisi pystyä tekemään suurempaa yhteistyötä viestintäosastojen kanssa. Halutut toimenpiteet ja niiden toteuttaminen tulisi voida jakaa ja sopia etukäteen viestintäosastojen kanssa niin, että yhdenkään osaston taakaksi ei jäisi liian suurta osuutta. Myös eri markkinointitoimenpitei-den, joihin viestintää tarvitaan, aikataulu on etukäteen tiedossa, joten viestintä-osastojen kanssa voisi sopia kuka ottaa minkäkin palasen vastuulleen. Näin säästettäisiin myös turhia kommenttikierros-viestikejuja ja vastausten odottelua. Alusta loppuun suurempi kommunikointiyhteys viestintäosastojen kanssa ilman välikäsiä jouduttaisi toimenpiteiden tekemistä ja rakentaisi syvemmän yhteyden ja ymmärryksen tuottajan ja viestinnän ammattilaisten välille.

### 5.3.2 Markkinointikanavat

Nykyisellään markkinointi tapahtuu jokaisen organisaation intrassa ja tapahtu-man nettisivuilla. Nettisivujen rakennus ja ylläpito pohjaa lukuunottamatta on ollut tuottajan vastuulla, mutta ainakin rakentaminen voisi olla ulkoistettu tehokkuuden ja laadun takaamiseksi. Tällöin tuottajan työaika jäisi runsaammin sisältöjen päivittämiseen, itse nettisivujen markkinointiin sekä sosiaalisen median käyttöön. Tämän vuoden tapahtumassa some jäi kokonaan pois ajanpuutteen vuoksi. Tuotannossa olisi hyvä tuottajan lisäksi olla harjoittelija, jolle netti- ja somepäivitykset voisi kuulua harjoittelun ajan. Nettisivujen rakentamiseen me-



nevä ylimääräinen kustannus olisi halvimmillaan noin 200 euroa. Tarjous on pyydetty yksityisyrittäjältä.

Palautekyselyn perusteella jopa 23% vastaajista ei ollut vierailut tapahtuman nettisivuilla, koska ei tiennyt niiden olemassaolosta. Nettisivut olisi hyvä saada aiemmassa vaiheessa valmiiksi ja linkittää intraan. Myös aktiivisella some-markkinoinnilla nettisivuja voi tuoda osallistujien tietoon.

### 5.3.3 Sisällöt

Sisällöt olivat erittäin monipuoliset, mutta kulttuurituottajana kaipaisin liikuntalajien rinnalle kulttuurin hyvinvointivaikutuksia. Tämän vuoden Tsempissä oli teatteri-ilmaisua impro- ja sirkustyöpajojen merkeissä. Kiertävä sambaryhmä myös opetti yleisölle samban perusaskeleita. Yhtä lailla tapahtumassa voisi olla rumputunti, nykytanssipaja tai mimiikkaa. Sisääntuloaulassa voisi olla vaikka flashmob-tyylisiä kuorolauluhetkiä, johon osallistujat voisivat halutessaan liittyä. Näin mm. narikkaan ja kahvioon jonottajat saisivat piristystä ja viihdykettä odottamiseen. Messupisteillä eri kulttuurilaitokset voisivat esitellä tarjontaansa ja antaa tarjouksia.

Yhteisessä ideointipalaverissa kulttuurin mukanaolo nousi myös järjestäjien mielestä tärkeäksi ja puhuttiin jopa siitä, pitäisikö organisaatitasolla kulttuuripalvelut olla mukana järjestämässä tapahtumaa. Kulttuurikeskuksilta ja -järjestöiltä saisi sisältöjen lisäksi koosteen kulttuuritarjonnasta ja sisällöntuotantoonkin voisi löytyä yhteistyökumppaneita helpommin sitä kautta.

### 5.3.4 Yhteistyökumppanit

Ensimmäisen vuoden tapahtumassa messuesittelijät otettiin mukaan kyselemällä ja esittelijöiden kiinnostuksen perusteella. Koska kyseessä oli aiemmin tuntematon tapahtuma, esittelijöitä tipotteli mukaan epämääräisessä ja hallitsemattomassa aikataulussa. Jotkut päättivät mukanaolostaan vasta kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Onnistuneen tapahtuman myötä esittelijöistä ei varmasti tule

olemaan pulaa jatkossa ja heidän mukanaolonsa voitaisiin suunnitella täsmällisemmin.

Sekä yleisön, että esittelijöiden toive oli, että tapahtumassa voisi ostaa tuotteita. Tuotemyynnillä olisi mahdollista paikata yhden kahvion haastetta tarjota osallistujille virvoitteita. Kisahallin kahviolla on yksinoikeus myydä kahvilatuotteita Kisahallin tapahtumissa, mutta riittämättömät resurssit toteuttaa sitä näin suuressa massatapahtumassa. Esimerkiksi liikuntakeskukset voisivat myydä energia- ja palautusjuomia, jolloin liikkuvien ja janoisten messulaisten massa olisi pois kahvion jonosta. Kun kaikille kuntien yhteistyöliikuntakeskuksille annettaisiin samanlainen näkyvyys tapahtumassa, olisi myyntikin mahdollista ilman eriarvoistamista. Myynnin sallimisella olisi mahdollista kattaa järjestämiskuluja perimällä messuesittelijöiltä maksu. Messupisteen laskutuksen voisi hoitaa tapahtuman tuottajana toimiva yrittäjän kautta välttämällä organisaatioiden laskutukseen liittyvän byrokratian.

### 5.3.5 Kahvion, narikan ja järjestyksenvalvonnan toiminta

Kisahallin kahvio ruuhkautui pahasti ja aiheutti paljon negatiivista palautetta yleisöltä. Kahvion kanssa tulisi sopia toisen pisteen avaamisesta messujen ajaksi tai vaihtoehtoisesti sopia joustosta muun myyjätahon mukaan ottamiseksi. Asiakkaille olisi taattava juoman ja ravinnon saanti tapahtuman sisätiloissa. Kisahallissa ei saa liikkua ulkojalkineissa, jonka vuoksi monille tapahtumapaikan ulkopuolella asiointi pelkän kahvittelun vuoksi tarkoittaisi narikkakäyntiä, mikä ruuhkauttaisi narikkaa entisestään.

Järjestysmies- ja narikkapalvelut hoidettiin järjestöjen kautta ja niiden toiminta oli monin paikoin puutteellista. Kisahallin narikan liikuteltavat naulakot olivat epäjärjestyksessä, joitain numerosarjoja esiintyi kahdesti ja monista puuttui narikkalaput. Myös sateinen sää toi monet ulkolajeihin ilmoittautuneet sisätiloihin ja osallistujia tuli odotettua enemmän kerralla sisään. Narikkatoimintaa pyörittäneet henkilöt olivat tämänsuuruiseen tapahtumaan hieman liian verkkaisia ja epäjärjestelmällisiä. Narikka ruuhkautui todella pahasti heti alkuun ja jouduimme useaan otteeseen irrottamaan infosta Tsempin työntekijöitä purkamaan sumaa.

Narikan toimiminen tai toimimattomuus on ensimmäinen mielipahan aiheuttaja osallistujalle jos hän jonojen vuoksi myöhästyy suunnittelemaasta ohjelmasta tai vaihtoehtoisesti ei saa tavaroitaan säilytykseen. Narikka olisi mahdollista saada toimimaan ripeästi, kun säilytystilat tarkistettaisiin, täydennettäisiin puuttuvien narikkalappujen osalta ja laitettaisiin järjestykseen etukäteen. Narikkaa pyörittämään voisi ottaa ripeä ja iloinen porukka, joka ei hätääntyisi pienistä kommervenkeistäkään.

Järjestyksenvalvonta tuli myös yhdistyksen kautta. Sovitusta määrästä järjestyksenvalvoja ei pidetty kiinni, varamiehiä ei ollut, ja valvojat eivät vastanneet ammattitaidoltaan ennalta annettua kuvausta. Tapahtumassa ei yhtä varkaus-tapahtumaa lukuunottamatta ollut järjestyshäiriöitä, mutta puutteellinen valvojien määrä ei saisi olla tulevien tapahtumien riski. Seuraavaan tapahtumaan voisi selvittää ja ottaa suosituksia muiden tapahtumien järjestäjien kokemuksista.

Tapahtuman jälkeisessä arviointitilaisuudessa, jossa käytiin läpi asiakaspalautteita ja kehitysehdotuksia, nousi esiin vielä käytännön järjestelyihin liittyviä ideoita. Kaikille yhteinen t-paita voisi olla jaettavissa osallistujille ennen tapahtumaa ja paita toimisi sisäänpääsyn kontrollina samoin kuin juoksutapahtumissa. Tällä tavoin maksuttomaan tapahtumaan osallistumista voitaisiin kontrolloida paremmin ja osallistujat saisivat myös yhteenkuuluvuuden tunteen. Paidan teettämisen kustannuksia ei ole laskettu kustannusarvioon tai toimenpidettä merkitty tuotantosuunnitelmaan, koska idea tuli vasta suunnitelmien tekemisen jälkeen.

## 6 MALLINTAMINEN

Mallintamisen tarkoitus on kirkastaa kehitettävät teemat käytäntöön niin, että tapahtuma voidaan tuottaa jatkossa kustannustehokkaammin. Mallintamisajattelussa on jätetty huomioimatta tapahtuman paikkasidonnaisuus Kisahalliin. Vaikka Kisahalli on tällä hetkellä ollut ainoa mahdollinen paikka tapahtumalle, tapahtuman mahdollisuudet suipistuvat liikaa mikäli lähdetään miettimään jokaisen kohdan sopivuutta juuri Kisahalliin tilana. Mallintaminen rakentuu kehitys-

ehdotusten, karkean tuotantosuunnitelman ja aikataulurungon sekä arvioivan tuotantokululaskelman esittelyyn.

## 6.1 Eväitä 2016 Tsemppiin

Tsemppi-hyvinvointimessut on

- Maksuton työhyvinvointitapahtuma usean organisaation henkilöstölle
- Monipuolisia ja vaihtuvia sisältöjä tarjoava tapahtuma, joka yhdistää tietoutta ja käytännön kokeiluja, rauhallista ja energistä toimintaa, liikuntaa ja kulttuuria
- Mahdollista toteuttaa tyhypsäivänä tai vapaa-ajalla
- Eri hyvinvoinnin alojen ja asiantuntijoiden verkottumistapahtuma

**TAPAHTUMAN ULKOPUOLINEN TUOTTAJA.** Järjestäjärühmästä ei ole mahdollista irroittaa ketään tuottajaksi vetämään projektia, koska jokaisella on Tsempin lisäksi omat työtehtävät hoidettavana. Yksityisyrittäjä, jolla on tuotantoyritys, voisi organisoida tuotannon kustannustehokkaasti.

Tuottajan tehtävänä olisi:

Toimia järjestäjätahojen yhteenkokoavana yhteyshenkilönä, organisoida tapaamiset ja niihin liittyvät sisällöt ja toimenpiteet

Markkinointi, viestintä ja tiedottaminen yhteistyössä viestintäosastojen kanssa

Budjetin seuraaminen ja mahdollisen lisärahoituksen hankkiminen esimerkiksi maksullisilla standypaikoilla tai yhteisesti sovitun yritysyhteistyön kautta

Vastuuhenkilöiden koordinointi.

Aikataulutus (tuotantosuunnitelma) ja siinä pysymisestä vastaaminen

Yhteistyötahojen koordinointi

Tuottajan työtunnit koko projektin ajalta olivat nyt viitisensataa. Koska kaikkia työvaiheita kuten brändäystä ei tarvitsisi tehdä uudelleen, ja monet työvaiheet on tähän eritelty suunnitelmallisesti ja ajankäytön optimoimiseksi, voi työtuntimäärä pudota jopa neljäänsataanviiteenkymmeneen. Opiskelijayhteistyön käyttäminen olisi järkevää ja opiskelijaresurssilla työtunteja saisi entisestään optimoitua. Opiskelijan tunteja ei voi suoraan vähentää tuottajan työtunneista, mut-

ta tehtävien jakaminen vapauttaisi tuottajan tehokkaampaan työskentelyyn. Lisäksi yrittäjä voisi esimerkiksi osan omasta palkkiostaan ottaa laskuttamalla messuesittelijöiden standypaikat.

**MARKKINOINTI.** Brändäys on jo tehty ja nimen tai logon vaihtaminen ei olisi järkevää, koska vanha tunnus on tunnistettava ja käyttökelpoinen. Jos ilmettä haluaa uudistaa, voisi keksiä uuden sloganin, vaikka ”Kipinää koko vuodeksi” tai suunnitella tapahtumalle Tsemppi-hahmo. Tsemppiliivit voi käyttää uudelleen. Samoin kyltit, mikäli niitä on säästetty.

Internetsivuston rakentaminen olisi järkevä ulkoistaa, mutta päivityksestä vastaisi edelleen tuottaja. Nettisivut tulisi rakentaa välittömästi ohjelmasisällön varmistuttua, jotta ilmoittautuminen saataisiin käyntiin hyvissä ajoin. Sivustolla tulisi olla ajankohtaista-osio, johon voisi päivittää tärkeää tietoa tai muutoksia. Ennakoon selvitetty tarjouspyyntö nettisivujen rakentamisesta olisi noin kaksisataa euroa ja webhotellin kustannus.

Hyvinvointiblogi voisi olla kiinnostava lisä sivustolla. Siihen voisi pyytää useampiakin kirjoittajia kertomaan vaikka elämänmuutoksestaan. Samanaikaisesti luotaisiin sivut sosiaaliseen mediaan ja linkitettäisiin molempia. Somessa olisi hyvä mainostaa esimerkiksi blogia, messutarjouksia tai taukoliikuntavideoita, jotka nykyisellään jäivät vähän katsotuiksi.

Nettisivujen tärkein tehtävä on kuitenkin tiedon välittäminen. Vuoden 2014 Tsempissä huomattiin sekä itse tapahtumassa, että asiakaspalauitteissa se, että osallistujien informoinnissa ei ollut ihan tavoitettu kaikkia. Aktiivisella ja houkuttelevalla sivustolla voitaisiin varmistaa, että messuille osallistujat olisivat tietoisia sisällöistä ja käytännön järjestelyistä kuten sisäkengät, pukuhuoneet, vesipisteet, ruokailu ym. Riittävä tiedonsaanti vähentäisi myös odottamattomia yllätyksiä, kun osallistujat olisivat tietoisia vaikkapa varustautumisesta tai muusta käytännön järjestelyistä.

**YHTEISTYÖKUMPPANIT.** Yhteistyökumppanit voisi ensimmäisen tapahtuman kokemuksella miettiä suunnitellummin. Kaupallisuutta mukaan tapahtumaan sallimalla myynti ja laskuttamalla yrityksiä messupaikoista. Laskutus tuotantoyri-

tyksen kautta. Kaikki liikuntakeskukset voitaisiin ottaa tasapuolisesti mukaan ja antaa heille mahdollisuus myydä tuotteita tapahtumassa. Yleishyödylliset organisaatiot otettaisiin maksutta mukaan vain jos suhde kuntiin tai HUS-kuntayhtymään sitä edellyttäisi. Messupaikoille olisi hyvä varata enemmän tilaa ja muodostaa tapahtumaan selkeä messualue muun ohjelman lisäksi.

Kulttuuripalvelut voisi ottaa mukaan järjestämään tapahtumaa ja heidän kautaan kulttuurilaitokset ja -järjestöt ja -keskukset tuottamaan sisältöä tai tarjoamaan tietoutta. Kulttuuripuolen mukanaolo lisäisi mahdollisten messujen järjestämispaikkojen vaihtoehtoja. Voisiko messutila tulevaisuudessa olla vaikka Suvilahdessa?

Opiskelijayhteistyön voisi ottaa suunnitellummin osaksi tapahtumaa. Tuotannon sijoittuminen pitkälle aikavälille mahdollistaisi kahdenkin opintojakson linkittämisen harjoitteluun. Markkinoinnin harjoittelu olisi hyödyllisin sekä opiskelijalle, että tuotannolle. Toinen harjoittelu voisi olla kehittävä harjoittelu. Onhan uudella tapahtumalla varmasti vielä paljon kehityttävää.

## 6.2 Tuotantosuunnitelma Tsemppi 2016

Seuraavassa taulukossa on tuotannon vaiheet jaettu kymmenen kuukauden jaksolle, mutta koska tapahtuman ajankohtaa olisi järkevä aikaistaa säiden vuoksi syyskuun puolelle, olen nimennyt kuukaudet yhdestä kymmeneen. Toimenpiteiden toteuttamisajankohta tulee tarkistaa siinä vaiheessa kun on tiedossa tapahtuman ajankohta, sillä lomakausi vaikuttaa tehtäviin toimenpiteisiin.

AJANKOHTA	TOIMENPITEET, TSEMPPI 2016	VASTUU
<b>2015</b>	Kulttuuripalvelut mukaan? Työryhmän määrittäminen ja budjetti. Tapahtumapaikan valitseminen ja kokouspäivien sopiminen. Tuottajan rekrytointi.	työryhmä
<b>1.kuukausi</b>	Sisältöjen suunnittelu Mitä? Miksi? Kenelle?	tuottaja+työryhmä
	Ohjelmatoimikunnan nimeäminen	tuottaja+työryhmä
	Harjoittelijan/harjoittelijoiden rekrytointi	tuottaja

<b>2.kuukausi</b>	Sisällöt lukkoon	tuottaja+työryhmä
	Juontajasta tarjouspyyntö (Sutu?)	tuottaja
	Markkinointikirje	tuottaja+viestintä
	Nettisivuista tarjous	tuottaja
	Myyntikäytännöistä sopiminen ja standypaikkojen hinnoittelu	ydinryhmä
	Yhteistyökumppanien kartoitus	tuottaja+työryhmä
<b>3.kuukausi</b>	ohjelma valmiiksi	ohjelmatoimikunta
	ohjelmien käännytys	sovittu taho
	Nettisivut valmiiksi	tuottaja+nettisivujen tekijä
	Somemarkkinoinnin suunnittelu	tuottaja+harjoittelija
	Ilmoittautumislomakkeen laatiminen	tuottaja+työryhmä
<b>4.kuukausi</b>	Ilmoittautuminen auki	ilmoittautumisvastaavat
	Somen aktivointi sisällöillä. Hyvinvointiblogin aloittaminen	tuottaja+harjoittelija
	Ständipaikkojen myyminen	tuottaja
<b>5.kuukausi</b>	Markkinointitempaukset:	
	Henkilöstölehtien nostot	viestinnät
	Puheenaiheiden herättäminen, esim harjoitus-ohjelmat nettiin	tuottaja+harjoittelija
<b>Lomakuukausi (6.)</b>	Nettisivujen ja somen päivitystä	tuottaja
	Yleisilmeen suunnittelu	tuottaja
	Viranomaisluvat	tuottaja
<b>7.kuukausi</b>	Tilannekartoitus, mitä tekemättä?	tuottaja+työryhmä
	Vastuupalaveri: käytännön järjestelyt, infot, vapaaehtoiset, ruokailut, kartat, tekniikka, aikataulut, yleisilme, palautekysely, luvat	ohjelmatoimikunta
<b>8.kuukausi</b>	Vastuupalaverissa kartoitettujen asioiden hoitaminen	tuottaja+vastuuhenkilöt
<b>9.kuukausi</b>	Tapahtuma	kaikki
<b>10.kuukausi</b>	Palautekyselyn tulokset ja palautepalaveri	tuottaja+harjoittelija

### 6.3 Kustannusarvio, Tsemppi 2016

Vuoden 2014 tapahtuman kuluihin merkittävin muutos olisi tuottajapalveluiden täysmääräinen laskuttaminen. Kulu vuodelle 2016 on arvioitu tuntilaskutuksella 23€/h, koska kyseessä tuotantoyritys, kun taas vuoden 2014 laskutuksessa kerroin oli 20€/h. Ero selittyy opiskelijastatuksella, vaikka kyseessä oli myös tuotantoyritys.

Säästöä on laskettu ohjelmasisältöihin, koska esimerkiksi vuoden 2014 kuntosaliohjauksen olisi voinut kilpailuttaa. Myös jos tila olisi muu kuin Kisahalli, ei kuntosaliohjausta tarvittaisi niin paljon. Kisahallilla oli kiinteät kuntosalilaitteet ja niiden käyttöön tarvittiin liikunnanohjaajia. Myös luento-osuuden summaa on laskettu, koska luentojen lisäksi tai tilalla saattaa olla muuta ohjelmaa. Luennoitsijoiden kustannukset vuonna 2014 olivat 400-1500€/luento.

Markkinoinnissa voitaisiin säästää Tsemppi-liivien painatuskuluissa (500€) ja graafisen ilmeen suunnittelukuluissa (430€), mutta lisäkustannuksia toisi nettisivujen luomisen ostopalvelu, noin 200€. Bajamajoja vuonna 2014 oli tilattu viisi kappaletta, mutta kurjan sään vuoksi niitä ei juurikaan käytetty. Uuden tilan vessakapasiteetti ei ole tiedossa, mutta bajamajojen määrää on laskettu neljään.



### Tsemppi-hyvinvointimessut

TUOTANTOKULUT	2014	TUOTANTOKULUARVIO	2016
<b>TUOTTAJAPALVELUT</b> Tun- nit yht. 490h Opiskelija- resurssi 290h Laskutettavat 200h	<b>4115</b>	<b>TUOTTAJAPALVELUT</b> Arvio tunneista 450h lasku- tuksella	<b>10350</b>
<b>OHJELMA/SISÄLTÖ</b>	<b>14270</b>	<b>OHJELMA/SISÄLTÖ</b>	<b>12600</b>
Luennoitsijat, 5x 45min	3900	5x luento tai muu esitys	3500
Ohjatut tunnit, lajikokeilut, sambic	9770	Muu ohjelma	8500
Juontaja	600	Juontaja	600
<b>APUTYÖVOIMA</b>	<b>2190</b>	<b>APUTYÖVOIMA</b>	<b>2200</b>
Ensiapu	800	EA	800
Järjestyksenvalvonta	790	JV	800
Narikka	600	Narikka	600
<b>MARKKINOINTI</b>	<b>1698</b>	<b>MARKKINOINTI</b>	<b>1160</b>
Mainokset ja painotuotteet	604	Mainokset+painotuotteet	300
Nettidomain	60	domain+sivut	260
Yleisilme	534	yleisilme	600
Tsemppi-liivit	500	<b>TILAT JA TARPEET</b>	<b>900</b>
<b>TILAT JA TARPEET</b>	<b>1000</b>	Ruokailu	300
Ruokailu	300	Lisä WC:t	400
Bajamajat	500	Pöydät	200
Pöydät	200	<b>TEKNIikka</b>	<b>2000</b>
<b>TEKNIikka</b>	<b>2000</b>		
(valkokangas+kuljetus)	2000		
<b>yhteensä</b>	<b>25273</b>		<b>29210</b>

### 7 LOPUKSI

Haluan kiittää Tsempin mahtavaa tuotantoryhmää yhteistyöstä ja mahdollisuu-  
desta saada olla tekemässä ja kehittämässä tätä arvokasta tapahtumaa. Eri-  
tyiskiitokset Titi Heikkilälle opinnäytetyöni kommentoinnista sekä Taina Liukko-  
selle, Eeva-Liisa Rautiaiselle ja Pilvi Heinoselle tuotannollisesta avusta ja käy-  
tännön ohjeistuksesta kautta tuotannon. Kiitokset menevät myös opinnäytetyöni  
ohjaajalle Arto Lindholmille, joka on jaksanut tsempata minua loppumetreille  
asti.

## LÄHTEET

HUS Työhyvinvointiohjelma 2014-2017

Hyyppä, Markku T. 2013. Kulttuuri pidentää ikää. 1. painos. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim

Iso-Aho, Juha & Kinnunen, Joni 2011. Tapahtumatuotannon palapeli. Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen. Sarja F. katsauksia ja aineistoja 4, Humak Verkkoartikkeli: [www.humak.fi/julkaisut/sarja-f-katsauksia/tapahtumatuotannon palapeli/](http://www.humak.fi/julkaisut/sarja-f-katsauksia/tapahtumatuotannon-palapeli/)

Kärkkäinen, Merja 2005. Yhteisöllinen johtaminen esimiehen työvälineenä. Helsinki: Edita Prima Oy

Rauramo, Päivi 2014. <http://www.tyoturva.fi/index.phtml?s=345> Viitattu 15.9.2014

Rautiainen, Eeva-Liisa 25.6.2014. Helsingin kaupungin Liikuntavirasto

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma Oy